di Mirko Cuneo

COME MIGLIORARE LA CUSTOMER SATISFACTION NELLA TUA AZIENDA

La customer satisfaction è un elemento chiave affinché i clienti continuino ad acquistare da te rendendo la tua azienda più competitiva.

Torneresti in un ristorante in cui hai mangiato male? Oppure andresti in un locale che offre un pessimo servizio? Immagino di no. Nemmeno io lo farei.
La customer satisfaction è un elemento chiave affinché il cliente torni da te e tu hai il dovere di capire se la tua azienda sta andando nella giusta direzione.
Se fino ad ora hai pensato che l'obiettivo della tua azienda fosse vendere, è arrivato il momento di dirti che non è così. Lo scopo di qualsiasi organizzazione è tutt'altro, ossia rendere il cliente soddisfatto per l'acquisto fatto.
Sebbene il succo possa sembrare lo stesso, cioè la vendita, il concetto di base è ben diverso: la visione dell'azienda non deve essere autoreferenziale ma deve porre il consumatore al centro e rispondere al meglio ai suoi desideri/bisogni. Solo un cliente soddisfatto, infatti, si rivolge nuovamente a te, condivide con gli altri la sua esperienza e ti suggerisce come sviluppare nuovi prodotti o servizi.
In questo articolo ti spiegherò cos'è la soddisfazione del cliente e perché è così importante. Se preferisci attivarti subito per migliorare le tue performance e conoscere i pain point dei tuoi clienti, clicca sul pulsante qui sotto e richiedimi una consulenza.
Altrimenti ti consiglio di continuare nella lettura per comprendere quanto sia importante creare una relazione diretta con il consumatore. Voglio farti solo un piccolo spoiler: la chiave è la fidelizzazione.
Che ne dici? Vogliamo approfondire il tema della customer satisfaction?

Cosa significa customer satisfaction
I tuoi clienti sono soddisfatti di ciò che offri?
Per dare una risposta a questa domanda, entra in gioco un'unità di misura molto funzionale: la customer satisfaction. La traduzione in italiano del termine è soddisfazione del cliente e serve per misurare proprio il grado di soddisfazione del cliente rispetto all'acquisto fatto. Questa metrica può essere utilizzata per valutare la qualità dell'interazione con il brand, per l'acquisto di beni, servizi ed esperienze.
Nonostante il concetto di soddisfazione sia ampio, questo indicatore può aiutarti a delineare le tue prospettive di crescita, in base alla fidelizzazione dei tuoi clienti e allo sviluppo di nuovi prodotti o servizi, in linea con le aspettative dei consumatori.
Il limite di molte aziende è quello di pensare che il fatturato sia l'indicatore più attendibile circa le reazioni dei clienti, ma non è così. Un modus operandi simile può esporti letalmente a qualsiasi tipo di cambiamento, senza che tu abbia la percezione di cosa stia succedendo. I clienti potrebbero rivolgersi a te per motivi diversi: ti trovi in una posizione comoda, non ci sono alternative immediate, offri soluzioni che altri non hanno. Ma questo non è sufficiente. Tornerebbero a rivolgersi a te se la situazione cambiasse?

Perché è così importante la soddisfazione del cliente
La misurazione della customer satisfaction non è solo un vezzo e non va fatta solo per stare al pari dei competitor. Capire se i tuoi clienti sono felici di rivolgersi a te (proprio a te), ti offre una straordinaria opportunità di miglioramento. Grazie a questo indicatore puoi sapere se il cliente è insoddisfatto, quante persone vorrebbero che migliorassi i tuoi servizi, chi sarebbe disposto a rimanere e chi ad abbandonarti di fronte ad un nuovo concorrente.
Capisci perché insisto sulla soddisfazione del cliente?
Se non ti interessi alla customer satisfaction non hai idea di quello che si profila per te e il mercato potrebbe farti sorprese inaspettate.

Prosegui la lettura a questo link
https://www.mirkocuneo.it/customer-satisfaction-in-azienda/

Mirko Cuneo
Coach & Business Trainer
www.linkedin.com/in/mirkocuneo/
Per approfondire https://www.mirkocuneo.it/blog/